

Cross-Market Platform Competition in Mobile App Economy

概要（日本語）

モバイルアプリ経済は2つの異なるプラットフォーム市場から成ります。1つは、アプリの売買を仲介する「アプリプラットフォーム」の市場です。もう1つは、アプリ内広告を掲載する開発者が広告主とマッチングするために使用する「広告プラットフォーム」の市場です。アプリ開発者の収益は、これら2つのプラットフォーム市場を通じて生み出されることから、市場間プラットフォーム競争が存在します。つまり、アプリプラットフォームと広告プラットフォームは、自らの手数料収入の源泉であるアプリ開発者の収益源を巡って競争をしています。ところが、既存研究や政策論議において、これら2つのプラットフォーム市場は個別に議論されてきました。本論文の目的は、2つのプラットフォーム市場を同時に考慮可能な統一的モデルの開発です。そのモデル分析から得られた主要結果は以下の通りです。社会厚生観点では、2つのプラットフォーム市場で設定される手数料率が等しいことが望ましいが、均衡では必ずしもそれは実現せず、アプリプラットフォーム市場の手数料率の方が低い（高い）場合には有料アプリの供給が過剰（過少）となります。有料アプリの過剰供給（あるいは過少供給）は、どのような市場環境下で起こるかに関する条件を明らかにしました。さらに、アプリプラットフォームと広告プラットフォームが同一企業によって運営されている状況についての分析もしています。広告プラットフォーム市場の競争が激しい場合には、その企業は広告プラットフォーム部門を閉鎖することによって利潤を改善できることを示しました。